新媒体背景下的电视节目发展策略探析

陈 翔

（福建省广播影视集团卫视中心融合发展部，福建 福州 350011）

摘 要：媒体与人们的生活密切相关，媒体的传播形式和传播内容更会影响到人们的生活与生产方式。在新媒体时代，电视节目面临较大的冲击。为了提高电视节目的影响力，要充分吸取新媒体的优势，积极研究电视节目的发展与传播策略，将新媒体与传统媒体的优势有机结合，实现媒体资源交融与共赢。

关键词：新媒体；传播形式；传播内容；电视节目；发展策略 **中图分类号：**G632 **文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2021）09-100-03 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.09.031

本文著录格式：陈翔 . 新媒体背景下的电视节目发展策略探析 [J]. 中国传媒科技，2021（09）：100-102.

导语

新媒体充分体现出信息技术优势，并为人们带来多元化的信息。在新媒体时代，电视媒体为了弥补自身存在的不足，提高自身竞争力，要积极吸取新媒体的优势，从原有的专业性独立传播，转变为交叉多元性传播。如今，传统的电视节目在经过迅速增长的状态后，呈现出发展的疲态。由于节目收视率不断下降，观众的流失率日益增加，传统电视节目所呈现出的问题不容忽视。电视节目是传播信息和引导舆论的重要工具，能够给人们带来多元化的体验。尽管新媒体给人们带来很大的影响，但却依然不能忽视电视节目在受众心里的位置。各大电视台对电视节目的发展予以高度重视，并积极应对新媒体所带来的冲击，对电视节目进行创新。本文主要对新媒体时代电视节目的发展进行探讨，旨在实现新旧媒体的有效融合，确保电视节目受到更多人的喜爱。

1. 新媒体时代电视节目发展创新的必要性

1.1 受众的心理需求发生变化

在新媒体发展之前，受众对电视节目处于被动接收的状态。电视人只需根据相应的规则对电视节目进行筹划与策划，将电视节目展示在受众面前，受众接收信息的方式比较被动。由于电视节目日益丰富多彩，受众根据自身需求，就会从原有的被动接收转变为主动挑选。在新媒体的影响下，多种类型的信息冲击着电视节目，也改变了受众观看节目的方式和习惯，越来越多的受众开始倾向于用其他渠道收看喜欢的节目，给电视行业带来很大的挑战。

1.2 覆盖式传播不能满足受众需求

由于传统的电视和报纸等媒体所呈现出的传播特点是覆盖式，没有考虑到个性化与差异化传播，因此，新媒体时代进一步降低了电视媒体信息传播的时效性。越来越多的受众开始主动接收信息，但由于存在大量重复的信息，导致受众产生审美疲劳。因此，为了提高电视节目的竞争力，从业人员要认真思考节目如何在同质化产品中脱颖而出。

1.3 电视节目竞争升级

由于各大电视台存在大量同质的电视节目，造成电视节目的竞争日益激烈。在新媒体时代，许多电视台为了获得更多市场份额，积极复制成功电视节目，这种方式并不能解决竞争的困局。只有积极创新内容及营销模式，打造优秀的品牌，才能给人留下深刻的印象。电视节目与新媒体自制作品的竞争也比较激烈。网络自制剧层出不穷，这些自制剧充分利用网民收视时间碎片化的特点，从而获得大批观众。正是因为自制节目也加入到电视节目的大军之中，才会导致电视节目的竞争强度不断升级。

1.4 媒介融合的影响

在媒介融合的背景下，观众与信息之间的互动更为紧密，使电视节目的传播平台发生变化，电视产业链与受众市场也呈现出相应的变化。电视节目呈现出非线性传播、互动性、跨平台和个性化的发展特点。[1] 因此，在媒介融合的背景下，为了实现电视节目的发展创新，要考虑到节目的成本、传播渠道等内容。电视台要积极与优秀的新媒体平台达成战略合作，这样才能达到事半功倍的效果。

2. 新媒体时代电视节目发展的路径

2.1 加强对电视节目产品的开发

在新媒体时代，电视节目的形式日益多元化，内容越来越丰富。比如，设置数字付费频道后，电视媒介产品日益多样化。数字电视包含先进的多媒体技术，需将传统媒体与新媒体有机结合，为广大受众提供更多的信息。要确保电视节目能够为观众带来多样化的体验，如互动需要引导观众通过扫描二维码进行答题。天津卫视推出一款个性化互动软件天天圈，让观众与热门节目实现全面对接，提高电视节目的知名度。观众可进行简单操作，与感兴趣的电视节目嘉宾进行互动，参与感增强。

2.2 将新媒体与电视节目营销相结合

2.2.1 互联网新媒体营销

社会化媒体是公众参与度最高的新媒体，其不仅可以给予受众足够的个性化服务，还能满足当代人的多项生活需求。加强电视节目的社会化媒体营销，才能确保电视台能够充分满足受众的需求，提高电视节目的收视率。电视台要制定更加精准的受众目标和市场定位，提高自身竞争力。社会化媒体中包含的多媒体内容可以充分展示出信息的优势，还能降低传播成本和营销成本。电视台要积极与多家社会化媒体进行合作，通过各种宣传与营销手段，获得更多资源。比如，2015 年，东方卫视打造的真人秀旅行节目《花样姐姐》充分利用新浪微博举办花样秀恩爱大赛，参赛选手只要利用新浪微博晒出情侣自拍，就会获得双人往返机票。通过微博营销，不仅与观众产生互动，还可以加强对节目的宣传与推广。

2.2.2 利用手机新媒体

如今，越来越多的网民使用手机上网，手机的信息传播功能越发完善。新媒体时代，智能手机的应用软件越来越多，电视相关从业人员可充分发挥智能手机的作用，加强电视节目的营销与推广。手机媒体具有高度的移动性和便捷性，可确保信息及时得到传播，提高互动效果。比如，《爸爸去哪儿》这款节目的同款手机游戏，名为“爸爸去哪了”酷跑版本。这充分说明，将电视节目与手机媒体相结合，可以实现与电视受众的有效互动，提高受众对节目的忠诚度。

2.2.3 新媒体电视

随着数字技术和高清晰电视技术的不断发展，电视新媒体的应用范围日益广泛。常见的电视形态有 IPTV、手机电视、移动电视和数字电视。随着技术的不断完善，电视节目频道数量日益增加，网络与电视之间的关系日益密切，也为电视节目的发展提供了更加广泛的空间。我国数字电视用户的增长速度非常快，用户对新技术的适应能力比较强。[2]用户能够接收到多样化精品电视节目，这将进一步提高电视节目的活力。IPTV 内容更加丰富，其主要是将互联网中的节目资源同步到传统的电视媒体之中。IPTV 使得受众可根据自己的需求收看电视内容。手机电视主要是利用手机满足受众对电视节目的观看需求。由于手机电视的使用比较方便，可随身携带，还可以满足受众的多元化需求，因此，手机电视具有广泛的发展前景。

3. 重视电视节目内容的创新

在新媒体时代，电视媒体人必须意识到电视节目内容创新的必要性，坚持做到内容为王。确保电视节目内容为受众带来良好的体验，否则就会丧失更多用户。要转变对传统电视节目的看法，将电视节目与用户的关系进行准确定位，用发展的眼光看待问题。将电视节目内容作为产品，努力生产和经营，遵循产品生产的规律，对产品进行精心的设计与开发，做好包装工作，采取有效的营销手段。此外，还要积极应用大数据等先进的技术对相应的内容进行分析，建立媒体决策模型。在产品生产中，内容是基本环节，做好内容营销则更显得尤为关键。实现内容商业化，要积极与各大社交网站进行合作，对电视节目进行推广。要发挥出名人效应，确保名人认可电视节目内容，达到理想的效果。

要充分了解用户的行为习惯，对内容生产中各类成本和收益进行精确计算。可通过问卷调查等方式了解用户的感受，积极发挥出新媒体的作用。[3] 明确媒体定位，这样才能做出有效的决策，提高内容的质量。同时加强数据分析，这将直接关系到媒体的未来发展。由于新媒体对电视台所带来的冲击不可避免，相关决策者必须勇敢接受新媒体所带来的挑战。充分利用自己的网站和客户端收集相应的数据，积极研究内容生产，做好媒体运营工作，满足用户的需求。

在新媒体时代，对电视节目进行高质量的包装，才能有机会向用户展示其高质量的内容。由于电视节目存在同质化现象，不能充分满足受众不断变化的需求，影响电视节目的发展。要充分意识到高科技所带来的益处，制作内容产品，积极展开数据分析，才能打造优秀的电视节目。

4. 提高媒体从业人员的社会责任感

近几年来，许多信息都在新媒体中得到进一步传播，没有对信息进行核实的报道，会降低新闻的质量。由于存在一部分虚假新闻，影响了新闻机构的公信力。虽然在传播新闻的过程中要确保信息的时效性，但同时也要考虑到事件的真实性。提高媒体从业人员的社会责任感，这样才能真正满足用户的需求。

4.1 建立事实审核机制

虽然新媒体的发展速度飞快，但公众对新媒体的信任程度依然不如传统媒体。简而言之，以电视为代表的传统媒体依然具有很高的权威性和公信力。为了弄清事实的真相，许多人还会选择收看电视节目。传统媒体具有完善的新闻审核机制，为了确保新闻事件的真实性，通常要对新闻进行层层过滤。专业媒体人对某一事件的客观评价以及对本职工作的责任感均会提高电视节目的质量。由于新媒体中的新闻缺乏相应的把关人，新闻传播速度极快，往往很难分辨新闻事件的真假，从而产生各种谣言。[4] 在新媒体时代，媒体人要具备基本的社会责任感，不断提高自身媒介素养。由于新时代的传播生态日益复杂，因此，要保证新闻传播的真实性和客观性，维护人民群众的知情权。总之，每一个主体都要承担与自身角色相匹配的责任，要加大监管力度，避免不文明传播，才能为人们带来更加健康的媒体世界。

4.2 改进话语质量

传统媒体主要通过线性传播的方式。在新媒体时代，

传统媒体的传播方式已经变成多对多，因此，必须确保电视节目的话语符合受众的品位，这样才能打开节目的市场，使节目受到更多观众的喜爱。第一，要充分满足受众的需求。为确保电视节目得到有效的传播，发挥出网民的力量，可适当使用一些网络用语，增加网民的亲切感。第二，对业态模式进行创新。由于传播渠道不同，因此，对节目语言的要求也会存在一定的差异。在许多媒介平台中，会看到多种媒介相结合的报道形式，在节目中会穿插着各种各样的元素，如动画、图片、图表等，从而保证节目贴近人民群众的生活。[5]

4.3 提高从业人员的业务能力

为了提高电视节目的质量，要确保相关从业人员具有优秀的业务能力。传统媒体从业人员要充分适应新媒体所带来的挑战和机遇，转变传统的发展观念，满足用户与市场的需求。高校在培养媒体人才时，也要结合行业背景的需求，对人才培养方案进行调整。由于媒体行业发展变化比较快，融入各种各样的先进技术，传播平台和传播方式会随时发生变化。相关从业人员要紧跟时代的步伐，抓住难得的发展机遇。

对记者而言，要充分意识到新媒体所带来的挑战，以及现阶段工作内容和工作方法的变化。记者要善于利用手机报道各种突发事件，具备优秀的写作能力，提高写作效率，做出深度报道。记者要负责内容的数量和质量，编辑要明确内容的定位，对内容进行合理分发，还要考虑到传播效果。[6] 进行大型直播报道时，要重视团队协作。要加强对各类素材的分类和加工，提高新闻的即时性。有些用户会利用手机观看新闻，有些用户会利用电视观看新闻，通过不同的运作方式就能满足不同年龄段的用户需求。

结语

随着时代的不断发展，人们会根据自身的兴趣爱好选择相应的内容，未来的媒体环境会呈现出百花齐放的局面。人们之所以能够选择不同的媒介，主要是离不开先进的传播技术支持。在数字技术和网络技术的支持下，媒体行业的格局已经发生很大变化。虽然传统媒体遭到很大的冲击，但媒体之间的融合越来越紧密。通过媒介融合形成新的传播模式、媒介形态与媒介机构。由于新媒体的发展速度越来越快，除相应的技术竞争外，人才的竞争将会更加激烈，培养优秀人才才能促进电视节目实现可持续发展。媒

参考文献

[1] 任飞飞．新媒体背景下电视节目形态的多元化发展分析 [J]. 传媒论坛，2020（17）：42.

[2] 高强．“互联网 +”背景下电视节目的现状与未来发展研究 [J]. 西部广播电视，2020（10）：53–54.

[3] 夏天天．新媒体背景下电视节目的发展模式探究 [J]. 传播力研究，2020（9）：48–49.

[4] 罗敬竹．新媒体背景下电视新闻节目的形式创新和变革探讨 [J]. 西部广播电视，2019（24）：80–81.

[5] 谢药．基于新媒体环境下的电视综艺节目创新思考 [J]. 中国有线电视，2020（4）：438–440.

[6] 张爱军．新媒体背景下广播电视台编辑工作技巧探析 [J]. 中国传媒科技，2021（5）：78–79+82.

作者简介：陈翔（1980–），男，福建福州，编辑，研究方向：媒体融合与新媒体在两岸新闻中的应用。

（责任编辑：张晓婧）

（上接第96页）

期刊编辑要增强“四力”，需主动运用各媒体平台，不断学习，不断思考，多实践，多总结，逐步提高自身综合素质，努力向网络端、移动端延伸，为出版“中国论文”，宣传“中国科学”，彰显“中国精神”，做好“中国期刊”积极奋斗。媒

参考文献

[1] 黄孝阳．由编辑“四力”谈新时代出版工作者的价值与思考 [N]. 中国出版传媒商报，2019–11–19（7）.

[2] 王创国，张亚婷．夯实“四力”严把“四关”努力造就新时代一流素质科技编辑队伍 [J]. 传播力研究，2020（6）：149，151.

[3] 宋丽梅．提高站位打造复合型学术期刊编辑 [J]. 出版发行研究，2021（1）：5–10.

[4] 陈协明．加快媒体融合创新 增强新闻舆论“四力”刍议 [J]. 记者观察，2020（29）：150–151.

作者简介：汪全伟（1979–），女，湖南益阳，编辑，研究方向：科技期刊编辑出版；张海东（1975–），甘肃庆阳，男，副编审，研究方向：出版。

（责任编辑：张晓婧）